



屈翠容
首席执行官



致百胜中国的股东：

2023年对于百胜中国来说是具有里程碑意义的一年，也是表现最好的年度之一。在这一年，我们抓住了疫后复苏带来的机遇，也遇到了新挑战。凭借着强大的韧性和灵活创新，我们在2023年仍然保持了强劲的增长态势。在此，我要感谢43万名百胜中国的员工，正是他们的辛勤努力和无私奉献，让公司可以无惧风雨，破浪前行。

感谢一直支持我们的长期股东，回馈股东和提高资本投资回报一直是我们的重点。2023年，我们通过股息和股票回购的方式共计回馈股东8.33亿美元，创历史新高，占我们经营利润的75%，这也使得我们自2016年底分拆上市以来对股东的总回报达到30亿美元。我们计划加快步伐，在未来三年内至少再回馈股东30亿美元，其中，2024年计划回馈15亿美元。

业绩创纪录达成多项里程碑

2023年度
总收入

110 亿美元
同比增长15%

2023年度
经营利润/
经调整经营利润¹

11 亿美元
同比增长76%/77%

2023年度
股东回报

8.33 亿美元*
同比增长25%
*透过股票回购和股息

2023年，我们总收入达到了创纪录的约110亿美元，全年经调整经营利润也创下历史新高。这一年，肯德基成为首家在中国门店总数突破10,000家的西式快餐连锁品牌，而必胜客门店总数则超过了3,000家。

1 有关根据公认会计准则计量的经营利润与经调整经营利润的调节，请参阅第78页。

肯德基仍是我们的主要增长引擎，2023年，肯德基的经营利润再创新高；而必胜客则展现了巨大的增长潜力，进一步加快开店步伐，净新增门店达到了409家；与此同时，中式餐饮品牌也取得了长足发展：2023年，黄记煌的利润增长三倍，净新增40家门店，国内外的门店总数达到了631家。

截至2023年底，我们的门店总数达到14,644家，净新增1,697家门店，这些新增门店为销售额带来了9%的增长。在保持快速扩张的同时，肯德基及必胜客仍保持健康的投资回收期，分别为约2年及3年。

看好中国巨大增长潜力

无论是从长期还是短期来看，中国市场的增长潜力依然令人振奋。2024年，中国预计会贡献全球GDP增长超过四分之一，这超过了任何一个国家²。即使国内生产总值以5%的增长计算，在2024年，中国经济的增幅将达9,000亿美元³。

我们目前覆盖了2,000多个城镇，覆盖全国人口的约三分之一。根据我们的目标，到2026年，我们将达到20,000家门店，覆盖约7亿的人口，但即便如此，仍然仅覆盖了全国人口的一半，我们仍然有巨大的发展空间。

更令人兴奋的是一场广泛的消费升级正在广大的低线城市逐步发生。波士顿咨询报告显示，由2022年至2030年，中国的中高产阶级将继续保持双位数增长，而中产阶级中有70%将来自三线或以下城市⁴。这些低线城市不仅是未来中产阶级的来源地，也将是我们后续增长的新前沿。

事实上，作为中国最大的餐饮公司⁵，我们早已抢占先机，并将持续发力。目前百胜中国近几年有超过一半的新门店位于低线城市。在这些城市，不仅劳动力和租金成本更低，而且平均客单价与高线城市相近；与此同时，灵活的门店模式帮助我们降低了前期投资成本，强大的自有供应链管理能力及物流网络则帮助我们触达偏远地区，这些都让我们占据了有力的竞争优势。

2023年度
系统销售额

同比增长21%*

*不计及外币影响

2023年度
每股摊薄后盈利

1.97 美元
同比增长89%

2 《中国日报》对国际货币基金组织驻华高级代表Steven Barnett在2024年2月的采访。

3 百胜中国根据中国国家统计局报告2023年国内生产总值人民币126.06万亿元(约17.7万亿美元)估算。
资料来源：中华人民共和国国务院，Factbox，2023年中国经济数据亮点，于2024年1月17日更新。

4 波士顿咨询公司，Mind the Generation Gap: Understanding Generational Divides and Subdivides in the Chinese Consumer Market，2023年5月。

5 按2023年系统销售额计

领先同业的业务能力是我们的制胜关键

我们深耕中国市场，肯德基和必胜客分别于1987年和1990年进入中国市场，一直深受消费者喜爱。时代在不断发展，消费者喜好不断变化，竞争也日趋激烈，我们从不安于现状，“苟日新，日日新，又日新”，只有不断创新才能适应市场的发展。过去数十年来，百胜中国将先进的技术与餐饮行业的实践相结合，建立起了行业领先的营运能力、为顾客提供卓越的服务与美味的食品，并打造了世界一流的供应链，为我们的持续成功打下了坚实的基础。

强大的供应链管理和物流网络是我们快速扩张的基础。目前，百胜中国的物流网络已具备覆盖全国3,000多个城镇的能力，并将进一步扩大覆盖范围。我们还将继续投资于自动化系统以进一步提升仓储能力及效率。举例而言，西安物流中心目前测试运行的四向穿梭式自动化密集仓储系统，可以帮助我们未来实现全自动分拣和多层存货。

食品安全一直是我们的首要优先考虑。我们利用物联网、大数据及云计算，建立了行业领先的冷链温度监控系统以进一步保障食品安全。

作为餐饮行业科技应用的引领者，早在2015年，我们已经在超过5,000家门店推出了数字支付系统，是国内最早使用数字支付的餐饮公司之一。同时，我们也将AI技术应用于餐饮业，2018年起，我们就结合AI技术开发了多种数字工具，以支持运营。疫情期间启动的“端到端数字化”项目，则进一步综合了AI，物联网，大数据等各种前沿技术，打造了从供应链到餐厅后台运营再到消费者体验的数字化闭环。在餐厅运营方面，我们实现实时库存补货，在充分满足销售需求的条件下减少库存损失；在产品创新方面，“端到端数字化”项目的实施提升了新产品的测试及迭代速度，帮助公司缩短新产品推出周期；与此同时，该系统还优化了员工排班与轮班，更好地适应公司发展需要。

针对目前炙手可热的生成式人工智能(AIGC)技术，我们也已经开始战略布局。技术团队深入一线，通过与门店经理、营销团队以及营运团队通力合作，不断探索将AIGC应用于提升顾客和员工体验及营运效率的各种可能性。

不断创新菜单、提供高性价比的产品并保护利润率

中国幅员辽阔，各地口味和消费习惯迥异。我们的产品也因时而变，不断创新。在我们的餐厅里，消费者可以在每个价格带找到属于自己的美食，这让我们的顾客群体不断扩大。在肯德基，我们既提供人民币20元起的超值套餐，也提供人民币40元起的和牛汉堡套餐；在必胜客，我们也开始提供人民币50元以下的比萨产品，让大家选择更多，丰俭由人。

2023年，我们推出了超过500款全新或升级产品。我们的“1亿美元俱乐部”(即销售总额超过1亿美元的品类)每年都在壮大。值得一提的是以鸡胸肉烹制的黄金SPA鸡排堡，在年内亦加入了“一亿美元俱乐部”。近年来推出的牛肉汉堡和秘汁全鸡，在2023年则共计为肯德基贡献近6%销售额，超过了经典产品“吮指原味鸡”。

百胜中国“1亿美元俱乐部”新增成员，2014-2023年 产品类别销售额超过1亿美元



榴莲比萨
(必胜客)



热辣香骨鸡
(肯德基)



牛肉汉堡
(肯德基)



秘汁全鸡
(肯德基)



KCOFFEE
(肯德基)



黄金SPA鸡排堡
(肯德基)

随着越来越多消费者成为了咖啡爱好者，我们咖啡业务的增长也令人充满期待。肯德基的KCOFFEE和Lavazza可以为不同的消费者提供多元选择。KCOFFEE在过去的一年里发展迅速，我们以低至人民币9.9元的价格水平，在2023年卖出超过1.9亿杯咖啡，同比增长35%。时尚精美的Lavazza咖啡店则致力于为高品位的消费者提供正宗的意大利咖啡和美食体验。截至2023年底，Lavazza咖啡店在中国已进入10多个城市，也进一步支持了Lavazza在中国咖啡豆零售和批发销售业务的增长。

通过有效的成本管理，我们能够在维持利润率的同时，为消费者提供更多不同价位的产品选择。通过策略性地调整成本结构，我们将传统的固定成本转为可变成本，从而增强我们品牌的韧性。值得注意的是，目前大部分的新店租金为可变租金，租金比例为过去十年来的最低水平。未来，我们也将继续致力于卓越运营和提升效率。

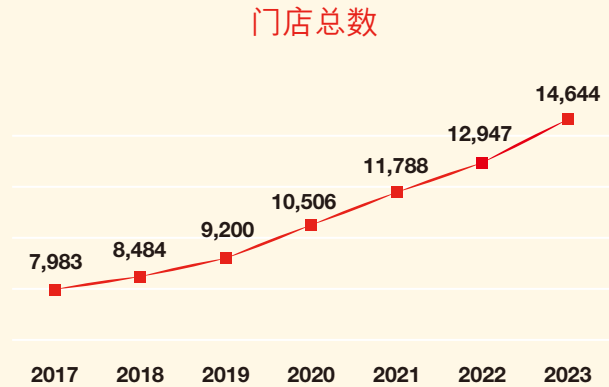
2023年度
餐厅利润率

16.3%
同比增长220个基点

为持续增长做好准备

我们的愿景始终如一：保持强劲的增长，不断创新，抓住新机遇，在中国这个充满活力的市场中持续扩大影响力。

2024年，我们计划净新增约1,500至1,700家门店，在满足低线城市不断增长的需求的同时继续扩大在高线城市的影响力。我们将持续致力于菜单创新，拓展产品品类和价格带，覆盖更广的消费群体，我们还将充分利用线上营销和传统营销渠道继续开展引人入胜的活动。这些举措不仅有助扩大顾客基础，还将带来新的销售，夯实我们作为市场领导者的地位。同时，我们也将继续投资供应链和技术，优化运营和成本，进一步提高业务韧性，巩固战略护城河。



百胜中国始终将社会责任视为企业发展战略的重要组成部分，将可持续发展贯穿于整个价值链，引领行业发展。2023年，我们又进一步加强了可持续管治以及董事会对可持续相关事项的监督，将环境、社会和公司治理(ESG)纳入领导团队的绩效评估指标中，以进一步驱动业务发展并为社会带来积极影响。

采用可再生能源是我们的的重要举措之一。2023年，百胜中国启用了首个100%绿电冷链物流中心，并与40个重点供应商合作，发起分布式光伏及虚拟绿电采购联盟。我们致力于推广循环经济，举措之一是我们将咖啡渣回收利用，制成环保餐篮和餐盘。95%的肯德基门店已经开始回收咖啡渣，这些回收咖啡渣制作的环保餐篮和餐盘目前已经在超过1,500家肯德基门店中使用。

展望未来，我们将坚定不移地追求卓越和创新，努力实现三年增长目标，为股东创造长期及可持续的价值。

屈翠容

首席执行官

信里包含“前瞻性声明”。我们意图将所有前瞻性声明纳入1995年《私人证券诉讼改革法案》的安全港条款范围。有关更多数据，请参阅10-K表格内的年度报告第1页。